

IN. : Citroën a lancé cette année un film pour sa voiture électrique sur la révolution française, et les JO ont évidemment marqué les esprits avec leurs tableaux dépeignant le patrimoine français. Était-ce gênant ?

Br.A. : cette cérémonie d'ouverture n'a fait que confirmer que nous étions dans l'air du temps. Et la R5 fait partie du patrimoine français. Il y a quelque chose de tellement symbolique dans la R5, de tellement iconique dans ce modèle de voiture que tout le monde connaît, que tout le monde a conduit un jour ou l'autre, qui a vu des familles la conduire… Je pense donc que c'est plus dans ce sens-là que ce concept s'est développé. Parlons de culture au sens large, observons les moments où l'esprit français a su être novateur, inventif, créatif, audacieux, et vous sélectionnez tous ces instants dans un spot. Au beau milieu il y a la R5 que tout le monde reconnaît, qui traverse ces époques. C'est très légitime.



IN. : vous avez dit avoir résisté à l'IA… Cela veut dire quoi au juste ?

Br.A. : c'est une évidence : nous pourrons difficilement ne pas considérer l'IA comme étant un outil de création très prochainement, mais je pense que l'IA ne remplacera pas la création. C'est vraiment un outil qui peut être à mon sens très créatif utilisé par… des créatifs, le souci c'est qu'aujourd'hui on met en avant cette technologie dans tout et n'importe quoi. N'importe qui est capable de générer à peu près n'importe quoi, mais cela va tellement vite et tellement fort qu'en fait, il y a un effet d'auto-saturation. Au début, j'étais assez bluffé quand j'ai vu les premières images arriver et puis en fait je ne les regarde même plus. Cela ne me donne pas envie, parce que je sais que tout est possible.



IN. : vous êtes de ceux qui pensent qu'on ne remplace pas l'humain comme cela ?

Br.A. : la créativité de l'être humain restera toujours quelque chose d'unique ne serait-ce que pour sa perfectibilité, ne serait-ce que pour son aspect parfois, imprévisible, irrationnel. Après cela va faire des dégâts au sein de certains métiers, c'est certain, Il ne faut pas se faire d'illusions. Par ailleurs, je pense que l'IA sera également un formidable accélérateur dans les domaines créatifs lorsqu'il sera mis entre les bonnes mains !

IN. : vous dites que la photographie a bien plus déstabilisé la peinture au XIXème siècle…

Br.A. : la création a toujours vécu avec des progrès technologiques insensés. C'est comme si on s'était dit, le jour où la photo arrive les peintres ne pourront plus travailler. Après le choc, les peintres se sont dirigés vers d'autres styles, ils ne pouvaient plus imiter la nature, ils l'ont réinventée.



IN. : y-a-t-il toujours autant de propositions alléchantes, intéressantes dans la pub ?

Br.A. : alors en quantité oui(rires)mais je dirais que je refuse bien plus de projets qu'avant. Le covid a sonné un peu la fin d'une certaine audace, en France en tout cas, et c'est regrettable.

Il n'y a que des films « style de vie ». On montre les Français tels qu'ils sont, ce n'est pas toujours très valorisant. On ne peut plus faire rêver les gens… Je ne pense pas que les Français veuillent se voir tels qu'ils sont dans leur vie, c'est tristounet, non ? Ça tourne un peu en rond.